

**MEKANISME PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB MARTABE
BAGI HASIL PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARI'AH H.M JONI**

SKRIPSI MINOR

OLEH:

SUDARTI

NIM. 0504163191



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019/1440 H**

**MEKANISME PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB
MARTABE BAGI HASIL PADA PT.BANK SUMUT KCP**

SYARI'AH HM. Joni

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah
Pada Program D-III Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara

Oleh:

SUDARTI

NIM. 0504163191



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2019/1440 H

LEMBAR PERSETUJUAN

Mekanisme Pemasaran Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil
Pada PT.Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni

Oleh:

SUDARTI

NIM. 05.04.16.31.91

Menyetujui

PEMBIMBING SKRIPSI

**KETUA PROGRAM STUDI
D-III PERBANKAN SYARI'AH**

Aqwa Naser Daulay,SEI.M,SI

NIP. 1100000091

Aliyuddin Abdul Rasyid,Lc,MA

NIP. 19650682003021001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Minor ini berjudul : ‘MEKANISME PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB MARTABE BAGI HASIL PADA PT.BANK SUMUT KCP SYARI’AH HM. Joni’ telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara Medan, pada tanggal 2019.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syari’ah FEBI UIN Sumatra Utara Medan.

Medan, 2019
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Minor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatra Utara Medan

Ketua,

Sekretaris

Aliyuddin Abdul Rasvid Lc, MA
NIP. 19650682003021001

Penguji I

Anggota

Kamila, S.E.AK,M.Si
NIP.

Penguji II

Aqwa Naser Daulay,SELM,SI
NIP. 1100000091

Aliyuddin Abdul Rasyid,Lc,MA
NIP. 1100000091

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatra Utara Medan

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Sudarti, Nim. 0504163191, ‘Mekanisme Pemasaran Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil Pada PT. Bank Sumut Kcp Syari’ah HM. Joni’. Skripsi Minor D-III Perbankan Syari’ah, UIN Sumatra Utara Medan Tahun 2019.

Perkembangan industry perbankan syari’ah di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang cukup signifikan, hal ini ditandai dengan persaingan perbankan yang gencar memasarkan berbagai produknya. Salah satu cara untuk menghadapi hal-hal tersebut adalah dengan mengembangkan produk dan cara mempromosikan produk yang ada di Bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat konsumen kepada produk tabungan yang ada di bank sumut syari’ah. Untuk mengetahui bagaimana peningkatan jumlah nasabah dalam hal menabung pada produk tabungan ini diarahkan penelitian bersifat lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syari’ah HM. Joni Medan yang berlokasi di jalan HM.Joni No. 28/29 Medan. Berdasarkan metode penelitian yang digunakan maka ditemukan manfaat promosi produk tabungan pada PT. Bank Sumut Kcp Syariah HM. Joni yaitu dapat meningkatkan minat menabung nasabah karena adanya promosi produk tabungan yang dilakukan sehingga lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas. Penulis membuktikan dengan jumlah nasabah yang menabung pada Produk Tangan iB Martabe Bagi Hasil selalu meningkat setiap tahunnya. Agar perusahaan dapat beroperasi dengan baik terutama pada Marketing, maka perlu adanya Funding Office (FO) dan perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor yang berjudul “Mekanisme Pemasaran Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil Pada PT. Bank Sumut Kcp Syari’ah HM. Joni”. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, para sahabat beliau dan pengikut mereka sampai hari akhir. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Watiman dan Ibunda Samiyem, terima kasih untuk sujud, do’a, pengorbanan, material, dan kasih sayang yang tulus hingga mampu menghantarkan ananda meraih gelar ini. Terimakasih Ayah dan Bunda ananda tidak bisa seperti saat ini tanpa kalian berdua. Untuk Ayah dan Bunda karya ini saya didedikasikan.
2. Bapak Prof.Dr.Saidurrahman,M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan.
3. Bapak Andri Soemitra, MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SU Medan.
4. Bapak Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc.MA. selaku kepala jurusan D-III Perbankan Syari’ah UIN SU Medan.
5. Bapak Aqwa Naser Daulay,SEI.M,SI, selaku pembimbing yang dengan sabar dan pengorbanan waktunya mengarahkan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi minor ini dengan baik.
- 6.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IKHTISAR	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian.....	6
F. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Mekanisme Pemasaran	
1. Defenisi Mekanisme Pemasaran	9
2. Metode Pemasaran	11
B. Strategi Pemasaran	
1. Defenisi Mekanisme Pemasaran	15
2. Rencana Strategi Pemasaran	17
C. Kendala yang dihadapi Bank Sumut Syariah dalam Pemasaran	
1. Keterbatasan SDM-nya	19
2. Minimnya Dana Pemasaran & Promosi	20
3. Keterbatasan Teknologi	21
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah singkat berdirinya PT. Bank Sumut Syari'ah.....	22

B. Visi dan Misi Bank Sumut	24
C. Fungsi Bank Sumut	25
D. Unit usaha Syari'ah di Bank Sumut	25
E. Makna Logo PT. Bank Sumut.....	29
F. Ruang Lingkup Bidang Usaha	30
G. Produk-produk Bank Sumut Syari'ah	31
H. Lokasi Perusahaan.....	36
I. Daerah Pemasaran	37
J. Struktur Organisasi Perusahaan	37
K. Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab	38
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Mekanisme Pemasaran Tabungan iB Martabe Bagi Hasil	47
B. Pelaksanaan Pemasaran Tabungan iB Martabe Bagi Hasil.....	48
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
 DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam kegiatan usaha dan lembaga keuangan (Bank, Asuransi, pasar modal, reksa dana, dana pension, dan lain-lain). Banyak perbankan di Indonesia yang memiliki sistem dan cara tersendiri untuk menghimpun dana dan mengalokasikannya secara tepat, agar menghasilkan keuntungan bagi pihak bank khususnya dan secara nasional pada umumnya sebagaimana menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “ Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan bidang usaha yang bergerak dalam sektor keuangan yang memberikan peranan penting bagi pengusaha-pengusaha yang membutuhkan dana segar untuk mengembangkan usahanya. Dimana bank merupakan media untuk pengusaha memperoleh pinjaman yang ditawarkan oleh pihak bank. Hal ini sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 yang menyatakan bahwa ketentuan pelaksanaan mengenai Bank berdasarkan Prinsip Syariah ditetapkan oleh Bank Indonesia.¹

¹Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal 11.

Sektor bisnis perbankan mempunyai peranan penting bagi aktifitas perekonomian indonesia. Banyak produk yang ditawarkan pihak bank membuat nasabah bebas memilih bank yang mereka inginkan. Untuk itu maka bank harus dapat memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah, karena nasabah merupakan hal paling yang paling penting dalam jalannya suatu lembaga perbankan. Oleh karena itu lembaga perbankan harus menarik nasabah sebanyak banyaknya.²

PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni adalah sebuah badan usaha yang bergerak dibidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni ini dalam kegiatan sehari-hatinya dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana kembali kepada masyarakat dengan menerapkan prinsip syari'ah yaitu tanpa adanya system bunga sesuai dengan amanah dari Undang-Undang dan dalam pelaksanaannya diawasi oleh Dewan Pengawas Syari'ah. Dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-harinya PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dapat dibagi dalam beberapa jenis kegiatan yang meliputi:

- Pelayanan dalam bentuk produk penghimpunan dana
- Melakukan penyaluran pembiayaan, dan
- Jasa-jasa Bank Sumut Syaria'ah.

² Muchdarsyah Sinungan, *Buku Pintar Perbankan*. (Yogyakarta: Andi, 2011), hal 21.

Dalam Bank Syari'ah terdapat produk bagi hasil atau *Mudharabah*. *Mudharabah* ini dapat dipergunkan untuk pembiayaan dan sebagai dasar untuk pendanaan seperti Tabungan *Marhamah* dan Deposito.

Mudharabah adalah akad kerja sama antara dua belah pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) sedangkan pihak kedua bertindak selaku (pengelola dana), dan keuntungan dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik dana. Salah satu produk PT. Bank Sumut Syari'ah yaitu Tabungan iB Martabe Bagi Hasil Mudharabah (Tabungan Marhamah) merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaan dananya menggunakan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul mal*) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana dan nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan syariah. Atas keuntungan yang didapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati. Tabungan ini dilengkapi dengan kartu ATM.³

Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli ataupun peminatnya. Oleh karena itu Bank Sumut Syariah dalam melakukan kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan konsumen, mengenai produk-produk atau jasa yang dihasilkan. Secara umum semua perusahaan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, kegiatan pemasaran

akan membawa akibat yang fatal bagi perusahaan, untuk itu perlu ditempuh berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran adalah keseluruhan langkah untuk mencapai sasaran tertentu.

Indonesia saat ini dapat dilihat banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah islam seperti perbankan Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah dan Baitul Maal Wat Tanwil (BMT), menyebabkan setiap lembaga keuangan syari'ah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat persaingan bisnis maka dibutuhkan pemasaran yang baik. Karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup lembaga keuangan teresebut.

Perkembangan Bank Sumut dari tahun ketahun mengalami kenaikan dan perkembangan yang sangat pesat. Kepercayaan masyarakat terhadap Bank Sumut semakin meningkat setiap tahunnya, dan itu ditandai dengan jumlah nasabah yang menabung dan transaksi di Bank Sumut selalu meningkat setiap tahun nya. Melihat perkembangannya ketertarikan dan minat masyarakat untuk menabung dan transaksi di Bank Sumut Syari'ah semakin banyak. Maka Bank Sumut sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah memberikan solusi dengan menawarkan berbagai produk penghimpunan dana yang ada diBank Sumut yang mampu bersaing

³Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana,2010) hal 45.

Salah satu produk penghimpunan dana yang ditawarkan Bank Sumut Syari'ah yaitu produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil dengan akad *mudharabah mutlaqqah*, dan dengan seiring berjalannya waktu Bank Sumut Syari'ah berhasil dalam mengembangkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil yaitu dengan dibuktikan nya jumlah nasabah ataupun penabung yang selalu naik jumlahnya dan sekarang hingga menjadi salah satu Produk Unggulan yang ada diBank Sumut Syari'ah HM. Joni.

Berdasarkan uraian diatas, Bank Sumut Syari'ah menawarkan produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil yaitu tabungan iB Martabe Bagi Hasil yang diperuntukan bagi seorang pelajar sampai dengan orang dewasa sebagai salah satu solusi untuk menghimpun dana yang mendapat bagi hasil.

Tabungan iB Martabe Bagi Hasil Bank Sumut Syari'ah menggunakan akad *mudharabah mutlaqqah* yaitu akad yang bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal(*shahibul amal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian diawal, sedangkan *shahibul amal* diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba yang optimal.

Adapun keunggulan dari produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil yaitu:

1. Transaksi secara Realtime Online
2. Bagi hasil Tabungan menarik
3. Biaya adminitrasi sebesar bagi hasil bulanan, dengan maksimal biaya Adminitrasi Rp.4.000,-

4. Fasilitas ATM
5. Kemudahan bertransaksi diseluruh ATM berlogo ATM bersama
6. Dapat dibuka diseluruh kantor Bank Sumut.

Tabungan iB Martabe Bagi Hasil yaitu dengan system *Revenue sharing*, bagi hasil diperoleh dari pendapatan operasional bank sebelum dikurangi dengan beban operasional bank.

Persentase bagi hasil untuk Tabungan Marhamah sebesar 41% untuk nasabah dan 59% untuk bank, yang dihitung sejak pembukaan rekening dan dicantumkan dalam pembukaan tabungan.

Simpanan Tabungan iB Martabe Bagi Hasil ada beberapa Permasalahan yang membuat kurang minatnya nasabah untuk menabung pada Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil yaitu karena fasilitas yang disediakan belum begitu lengkap yaitu dengan tidak adanya sms-Banking dan Mobile Banking yang kurang update dan masih rendah dibandingkan Bank lainnya sedangkan ada sebagian Nasabah yang mencari dan mengharapkan adanya sms-Banking. Kurangnya sosialisasi dan edukasi membuat pemahaman masyarakat akan produk-produk bank sumut syariah menjadi baur. Sehingga pengetahuan masyarakat akan bank sumut syariah secara keseluruhan tidak sempurna bahkan tidaksama sekali sehingga mengurangi minat masyarakat menggunakan produk-produk bank sumut syariah.⁴

Berdasarkan uraian diatas, penulis coba menelaah secara seksama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran suatu produk yang dilakukan oleh perbankan syariah dengan mengambil judul **“MEKANISME PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB MARTABE BAGI HASIL PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARI’AH HM. JONI”**.

⁴<http://www.banksumut.com>(23 Februari 2019).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan pokok pikiran yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalah dalam penelitiannya yaitu:

1. Bagaimana mekanisme Bank SumutKCP Syari'ah HM. JONI dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil ?
2. Apa yang menjadi kendala Bank SumutKCP Syari'ah HM.JONI dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis dapat mengemukakan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme Bank Sumut KCP Syari'ah HM. JONI Dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi Bank Sumut KCP Syariah HM. JONI dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil.

D. Manfaat Penelitian

Setelah nantinya penulis melakukan penelitian dan didukung dengan adanya data-data yang akurat sehingga kebenarannya dapat diterima, maka manfaat penelitian bagi penulis yaitu:

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang pemasaran dan mekanisme produk Bank Sumut KCP Syariah HM JONI Terutama produk iB Martabe Bagi Hasil.
2. Sebagai bahan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca dalam hal bagaimana cara Bank Sumut KCP Syariah HM. JONI dalam melakukan pelaksanaan pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah.

E. Metode Penelitian

Untuk mengumpulkan dan mencari data kebenaran secara ilmiah dan untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam melengkapi bahan-bahan penelitian bagi penulis skripsi minor ini maka penulis memberanikan diri untuk mengadakan penelitian dengan metode sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif (analisis data yang tidak dituangkan dalam bentuk angka dan bilangan, melainkan dalam bentuk uraian dan laporan kualitatif, dengan memberikan gambaran dan hubungan fenomena yang akan diteliti dalam bentuk uraian naratif).

2. Informan

Dalam penelitian ini penulis mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan (wawancara) dengan pimpinan Bank Sumut Syari'ah Kcp HM. Joni. Dan juga melakukan wawancara dengan pihak lain yaitu customer service.

3. Sumber data

Data penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan klasifikasi data yaitu dengan data primer, dimana data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil pertanyaan melalui wawancara mengenai bagaimana mekanisme pemasaran produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil pada Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni.

F. Sistematika Pembahasan

Pada dasarnya sistematika adalah gambaran-gambaran umum dari keseluruhan isi penulis ini, sehingga mudah dicari hubungan antara satu pembahasan dengan pembahasan lain (teratur menurut system, dimana system adalah suatu cara atau metode yang disusun secara teratur). Skripsi Untuk mempermudah penulis lebih lanjut dalam menyelesaikan permasalahan yang diteliti dengan tujuan agar penulis lebih mudah untuk dipahami pembahasan penulis dalam membuat skripsi minor ada dalam lima hal yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bagian bab ini, penulis menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bagian bab ini, penulis menguraikan pengertian secara lebih terperinci mengenai apakah yang dimaksud dengan definisi mekanisme

pemasaran, macam-macam sarana promosi, dan faktor-faktor utama penentu keputusan pembelian konsumen.

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas perusahaan.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bagian bab ini, penulis akan memberikan analisis dan evaluasi tentang produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil serta peningkatan jumlah nasabahnya pada tahun 2013 sampai 2018.

BAB V : Penutup

Pada bagian bab ini, penulis akan menarik kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan maupun penulis.

Daftar Pustaka

Pada bagian ini akan dilampirkan sumber-sumber atau referensi berupa buku maupun situs internet yang dijadikan bahan rujukan dalam skripsi.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Produk Tabungan

1. Defenisi Produk (*product*)

Menurut Philip Kotler, Produk adalah setiapapa saja yang dapat ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Produk adalah faktor sentral dari bauran pemasaran. Jika produk gagal memuaskan kebutuhan konsumen, bebearapa pun besarnya promosi, potongan harga, atau distribusikan tidak akan berhasil membujuk mereka untuk membeli. Para konsumen seperti dikatakan dalam iklan TV, mereka tidak akan diberdayakan oleh iklan-iklan yang mengumumkan jasa yang bersahabat apabila pengalaman menunjukkan sebaliknya.

Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya, dan sebelum produk ini mencapai tahap kedewasaan yang akan menuju tahap peburunanan. Basu Swasta memberikan strategi kebijakan sebagai berikut:

- a. Modifikasi paar, yaitu perusahaan menemukan pembeli baru bagi produknya.
- b. Modifikasi produk, yaitu dengan cara mengubah sifat dari produk yang dapat memikat pembeli baru dan pembeli lama.
- c. Modifikasi marketing mix, yaitu perubahan atau perbankan pada elemen marketing mix.⁵

2. Defenisi Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang disamakan dengan itu. Prinsip syari'ah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.⁶

B. Akad Pada Produk Tabungan

Akad secara luas memiliki arti perikatan antara ijab dan qabul. Atau dapat juga diartikan sebagai segala tindakan orang yang dilakukan dengan niat meskipun hanya sepihak tanpa adanya pihak lain. Pengertian lainnya dari akad yaitu perikatan yang dilakukan antara pihak bank dan nasabah dengan cara yang disyariatkan. Sedangkan menurut undang-undang akad adalah kesepakatan tertulis antara bank syariah dan pihak lain yang memuat hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syari'ah. Maka secara lengkap akad adalah ikatan atau kesepakatan antara nasabah dengan bank yang berupa pertalian ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syariat yang

berpengaruh pada objek perikatan, misalnya akad pembukaan rekening simpanan atau akad pembiayaan.

Ada beberapa jenis akad didunia perbankan syari'ah, akan tetapi saat ini kita akan membahas mengenai dua jenis akad yang pada umumnya digunakan untuk menentukan jenis tabungan yang akan dibuka di bank syari'ah tersebut. Yaitu akad *mudharabah* dan *wadi'ah*:

a. Akad Mudharabah

Akad ini merupakan akad kerjasama antara pihak pertama (malik, shahibulmal, atau nasabah) sebagai pemilik dana dengan pihak kedua (amil, mudharib, atau bank syari'ah) yang berperan sebagai pengelola dana dengan membagikan keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatannya yang dituangkan dalam akad.

Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan *mudharabah*:

1. Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul mall*).
2. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
3. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.
4. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya admistrasi berupa biaya-biaya yang terkaitan langsung dengan biaya pengelolaan rekening antaralain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.

5. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan pihak penyimpanan dana, prinsip *mudharabah* terbagi dua, yaitu :

a) **Investasi Umum (*mudharabah mutlaqah*)**

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis tabungan penghimpunan dana, yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. berdasarkan prinsip ini, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

b) **Investasi Khusus (*mudharabah muqayyadah on balance sheet*)**

Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.⁷

⁵ Hari Purnomo dan Zulkifrimansyah, *Manajemen Strategi: sebuah konsep pengantar*. (Jakarta : Balai Pustaka, 2005) Edisi ke-3, cet. Ke-2, hlm. 109

⁶ *Ibid* hlm. 11

C. Mekanisme Pemasaran

1. Defenisi Mekanisme

Mekanisme menjadi satu kata yang teramat sering dipergunakan saat ini. Ada banyak pengertian tentang mekanisme dengan konteks yang berbeda. Pada dasarnya mekanisme berasal dari bahasa yunani *mechane*, yang berarti instrument, mesin pengangkat beban, peralatan yang digunakan untuk membantu sesuatu dan juga perangkat. Mekanisme juga berasal dari kata *mechos*, yang berarti sarana serta cara untuk menjalankan sesuatu.

Mekanisme adalah suatu rangkaian kerja sebuah alat yang digunakan dalam menyelesaikan sebuah masalah yang berkaitan dengan proses kerja. Tujuannya adalah untuk menghasilkan hasil yang maksimal serta mengurangi kegagalan.

Pengertian mekanisme dalam dunia teknik menurut KBBI. Mekanisme dalam dunia teknik memiliki arti penggunaan mesin, alat-alat mesin, hal kerja mesin. Lebih jelasnya mekanisme dalam dunia teknik digunakan untuk menjelaskan sebuah teori yang berhubungan dengan gejala yang diperinci dengan menggunakan prinsip-prinsip yang bisa digunakan dalam menjelaskan system kerja mesin-mesin tanpa menggunakan bantuan inteligensi sebuah sebab apapun juga prinsip kerja.

Pengertian mekanisme menurut KBBI juga bisa berarti cara kerja. Cara kerja ini juga lebih kepada bagaimana sebuah mesin bisa saling bekerja dengan

melalui system yang didalamnya. Mekanisme melihat bagaimana fungsi dari bagian-bagian yang ada pada system secara keseluruhan.⁷

2. Defenisi Pemasaran

Pemahaman terhadap pemasaran sering kali tidak tepat, bahkan sering disederhanakan oleh orang awam, termasuk pelaku bisnis sering salah dalam memaknai pemasaran. Pemahaman yang keliru ini diungkapkan dalam buku *Guerrilla Marketing* (Levinson, 1998). Ditegaskan:

1. *Pemasaran adalah bukan periklanan.*

Adalah suatu anggapan yang tidak tepat jika mengiklankan suatu produk berarti memasarkan produk. Periklanan hanyalah 1 persen dari bebrbagai aktivitas yang seharusnya dilakukan dalam pemasaran. Jika pemasar mengiklankan produk tabungan, maka sesungguhnya, ini hanyalah bagian kecil dari pemasaran. Pemasaran perlu merancang dan menyampaikan jasa yang ditawarkan dengan baik, melakukan strategi yang memudahkan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan, dan memberikan harga atau beban biaya yang murah, melayani dengan mutu yang baik, dan lain-lain.

2. *Pemasaran bukanlah pengiriman surat kepada nasabah*

Bank untuk mempromosikan produk baru, seperti kredit, kartu kredit, dan tabungan, menggunakan surat yang ditujukan langsung kepada nasabah yang menjadi sasaran (target). Cara ini hanyalah bagian kecil dari promosi yang merupakan bagian dari rangkaian aktivitas pemaaran. Jadi, adalah kurang tepat jika seorang *account officer* Bank mengatakan bahwa saya sudah

melakukan pemasaran hanya dengan mengirim surat tawaran kredit kepada nasabah.

3. *Pemasaran bukanlah Telemarketing*

Telemarketing adalah aktivitas memasarkan barang dan jasa melalui saluran komunikasi jarak jauh, biasanya melalui telepon dan faks. Kegiatan *Telemarketing* hanyalah bagian dari promosi produk kepada nasabah, jadi ini merupakan bagian dari *Marketing*.

Masih banyak kesalahan lainnya didalam memahami pemasaran.

Jadi, pemasaran sebagian bagian dari aktivitas bisnis merupakan kegiatan yang kompleks, tidak hanya sekedar promosi atau penjualan saja, tetapi bagaimana menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka puas. Jadi promosi dan penjualan merupakan bagian dari aktivitas pemasaran. Maka terlalu menyederhanakan, jika menganggap bahwa pemasaran sama dengan penjualan.⁸

The American Marketing Association (2013) mendefenisikan pemasaran sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu aktivitas, seperti institusi dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan dan menukarkan penawaran yang bernilai kepada pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada skala yang luas. Maka definisi ini menunjukkan pemasaran adalah aktivitas yang kompleks dan tidak sederhana sebagaimana yang dipahami oleh sebagian masyarakat.

Robert D. Hisrich, pimpinan Chaur dan guru besar Weather Head School of Management yang dikutip dalam buku *The Guru Guide to Marketing*

menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses dimana keputusan dibuat dalam lingkungan bisnis yang perubahannya saling memengaruhi pada semua aktivitas yang memperlancar terjadinya pertukaran sehingga kelompok pelanggan yang menjadi sasaran bisnis puas dan tujuan bisnis dapat tercapai.

Menurut Freddy Rangkuti, pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor social, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok.

Dari kedua definisi tentang konsep pemasaran, maka pemasaran perbankan adalah aktifitas yang didalamnya melibatkan kegiatan utama, yakni memahami kebutuhan nasabah, merancang strategi pemasaran, dan merumuskan program pemasaran.

Maka dapat disimpulkan Mekanisme Pemasaran merupakan cara kerja atau proses bagaimana sebuah perusahaan itu memasarkan suatu produk-nya kepada konsumennya agar produk mereka dapat diterima oleh masyarakat.

3. Metode pemasaran

Untuk memasarkan suatu produk, hal pertama yang harus anda lakukan adalah mencari tahu target pasar dari produk. Anda dapat mengetahui suatu produk diterima atau tidaknya dipasar dengan melakukan riset pemasaran. Riset pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan calon konsumen.

Secara definisi, riset pemasaran atau dalam bahasa asing disebut *research marketing* merupakan suatu kegiatan penelitian sistematis yang dimulai dari

perumusan masalah, tujuan penelitian, pengumpulan data, dan informasi, pengolahan data dan kemudian interpretasi hasil penelitian. Riset pemasaran ini biasanya dilakukan oleh divisi/bagian marketing. Tujuan riset pemasaran yakni untuk mengetahui dan menganalisa hal-hal yang dibutuhkan atau diinginkan oleh masyarakat, pasar ataupun pesaing. Karenanya, setelah melakukan riset pemasaran anda dapat mengetahui produk/jasa apa yang dibutuhkan, kualitas produk dan anda juga dapat membuat proyeksi dan potensi permintaan akan produk/jasa dari bisnis anda.

Terdapat beberapa macam metode riset pemasaran yang dapat dilakukan. Namun, kali ini hanya akan dibahas 3 macam metode riset pemasaran yang populer dan dapat membantu anda mengurangi resiko produk anda tidak laku dipasaran yaitu:

a. Menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dari swasta

Secara sederhana, kerjasama merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama juga merupakan interaksi yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena manusia adalah makhluk social yang saling membutuhkan.

Kerjasama bisa terjadi ketika individu-individu atau perusahaan yang bersangkutan mempunyai kepentingan dan kesadaran yang sama untuk bekerjasama mencapai tujuan dan kepentingan bersama. Maka dengan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dari swasta

PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni merasa sangat terbantu dan menguntungkan karena beberapa permasalahan yang ada menjadi lebih ringan daripada bersaing yang akhirnya membuat lebih sulit, lebih baik saling melengkapi dan saling membantu dalam melengkapi hal-hal yang tidak dimiliki yaitu dengan kerjasama.

b. Mengikuti event yang berkaitan dengan perbankan (produk yang ditawarkan)

Dengan mengikuti event-event yang berkaitan dengan perbankan, itu sangat membantu perusahaan untuk mempromosikan produk-produk mereka dengan memberitahu dan mengomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, keunggulan produk, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatan promosi ini sangat penting apalagi di era keterbukaan informasi, masyarakat dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir. Maka dengan itu perusahaan memilih dengan cara efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada seluruh masyarakat yang datang ke event tersebut secara efektif.

⁷ *Ibid*, hlm. 115

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : 2005), hlm. 98

Adapun peran promosi bertujuan untuk berkomunikasi dan memengaruhi konsumen atau calon konsumen agar dapat menerima produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Promosi dengan hakikatnya merupakan seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Promosi merupakan suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan memengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Adapun macam-macam sarana promosi yang dilakukan yaitu:

- **Periklanan (*Advertising*)**

Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengomunikasikan produk dan jasa bank. Dalam iklan biasanya termuat produk, harga, dimana bisa didapatkan dan apa manfaat produk. Sementara itu tujuan dari kegiatan iklan adalah memberikan informasi, mempengaruhi pembeli dan konsumen untuk membeli produk bank.

- **Penjualan perseorangan**

Penjualan perseorangan adalah presentase lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditunjukan untuk menciptakan penjualan. Dalam penjualan perseorangan terjadi interaksi langsung antara produsen atau penjual dengan konsumen. Komunikasi ini terjadi dua arah sehingga penjual mendapatkan respons langsung dari konsumen tentang produk yang ditawarkan.

- **Brosur informasi**

Jika perusahaan mengikuti event dan menjadi salah satu sponsor dari event tersebut, jangan pernah lupa dengan membagikan atau memberikan brosur promosi bisnis perusahaan. Sekalipun itu sederhana namun brosur masih menjadi salah satu media promosi yang paling dicari masyarakat.

- c. **Dengan cara *Door to Door* atau *Face to Face***

Door to Door merupakan metode pemasaran dengan cara petugas langsung mendatangi nasabah atau calon nasabah sehingga petugas leluasa menjelaskan mengenai produk serta sistem operasionalnya. Bank membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal dimasyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk Bank merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk Bank di awal operasionalnya adalah dengan cara melakukan pendekatan *Door to Door*.

Dari perspektif syari'ah, jemput bola atau *Door to Door* dapat pula dipahami sebagai upaya Bank mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dalam menambah rezeki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian.

4. Rencana strategi pemasaran

Rencana strategi pemasaran merupakan dokumen pemecahan masalah, kemampuan memecahkan masalah yaitu mengenai bahwa masalah yang besar biasanya merupakan kombinasi dari masalah yang kecil. Pendekatan yang terbaik adalah pecahkan dulu masalah yang kecil, yang dengan itu membagi masalah yang besar menjadi bagian yang bisa diatur.⁹

Terdapat tiga aktivitas strategi yang penting dalam strategi pemasaran Bank, yaitu:

1. *Segmentasi pasar*

Pasar perbankan relative heterogen dari sisi demografis, geografis dan gaya hidup. Bank dapat menawarkan produk simpanan dan kredit sesuai dengan kebutuhan pasar yang heterogen tersebut. Agar bank dapat optimal dalam melayani masing-masing kelompok yang, memiliki kebutuhan dan keinginan berbeda, maka segmentasi pasar perlu dilakukan. Segmentasi merupakan proses pengelompokan pasar yang heterogen menjadi kelompok yang lebih homogen, misalnya mengelompokkan berdasarkan status sosial ekonomi, atau pekerjaan, atau manfaat yang diharapkan.

2. *Menentukan pasar sasaran*

Setelah Bank memahami berbagai macam segmen yang ada dipasar, maka langkah berikutnya adalah menentukan kelompok segmen yang akan dilayani. Untuk menentukan pasar sasaran ini, Bank perlu melakukan evaluasi tentang daya tarik pasar. Apakah suatu segmen tersebut cukup besar dan dapat diakses oleh sumber daya yang dimiliki perusahaan atau sebaliknya,

contoh: suatu Bank asing ketika akan membuka kantor di Indonesia, maka akan memilih kota aktivitas bisnisnya tinggi dan banyak industry serta sebagian besar penduduknya kelas menengah.

3. *Melakukan positioning*

Aspek penting dalam strategi yang menentukan keberhasilan pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan dipasar adalah *positioning* atau pemosisian produk dipasar. Dalam *positioning* ini bank melalui strateginya berusaha menanamkan kesan produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Ketatnya persaingan antara bank, mendorong bank melakukan *positioning* agar nasabah dapat membedakan keunggulan produk dan jasa yang di tawarkan bank lain. Citybank misalnya di kenal kuat karena ksrtnya kreditnya, bank Danamon di kenal karena produk Danamon simpan pinjam, BCA di kenal karena ATM Dan kecanggihan teknologinya, dan BRI di kenal karena merakyat atau Bank yang ada di pelosok mana pun di Indonesia. Kesan yang kuat tersebut muncul karena Bank mengomunikasikan produk dan karakteristik produk yang ditawarkan secara konsisiten kepada masyarakat. Tidak hanya karena faktor komunikasi saja yang menyebabkan keberhasilan dalam *positioning*, tetapi juga karena adanya kesesuaian antara bauran pemasaran yang dilakukan dengan *positioning* yang dituju.¹⁰

5. Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari kata yunani *strategos*, yang berarti jendral. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti "seni atau jendral". Kata ini

mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Dalam pandangan bisnis bahwa strategi merupakan senjata yang disusun sedemikian rupa oleh sebuah perusahaan bisnis untuk menjalankan kinerja perusahaan dalam unit bisnis dengan mengembangkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar lebih unggul dari para pesaing perusahaan, kemana akan pergi, dan secara luas, bagaimana mencapai arah yang dituju. A.Halim mengatakan strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya.

Michael Portel mengatakan strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang baik.

⁹Sukma Wulan Dari, *Customer Service*, wawancara pribadi, 23 maret 2019.

¹⁰ Ahmad Syafi'I, *Pemasaran & Analisis*, wawancara pribadi, 23 maret 2019.

Maka dari pengertian diatas dapat disimpulkan Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran adalah keseluruhan langkah untuk mencapai sasaran

tertentu. Dengan semakin bertambahnya perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini dapat dilihat banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah islam seperti perbankan Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah dan Baitul Maal Wat Tanwil (BMT), menyebabkan setiap lembaga keuangan syari'ah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat persaingan bisnis maka dibutuhkan pemasaran yang baik. Karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup lembaga keuangan tersebut.¹¹

Strategi pemasaran akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur baik secara internal maupun eksternal. Strategi pemasaran bukanlah merupakan jumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pemasaran pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan.strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu 4P dari *marketing mix* yaitu (*product, price, promotion,place*) yang selalu berkembang sejalan dengan gerak perusahaan dan perubahan-perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumen.¹²

¹¹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya : Graha Ilmu, 2009). hlm. 88

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2010). hlm. 67

Dalam Al-Qur'an dan Hadist dapat diliat bagaimana ajaran islam mengatur kehidupan bisnis (pemasaran) seorang muslim.

Qs. Asyuaraa Ayat 181

﴿ ١٨١ ﴾ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ

*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan.*¹³

Qs. At-Thaahaa ayat 44

﴿ ٤٤ ﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

*Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".*¹⁴

¹³ Al-Qur'an Surah Asyuaraa Ayat 181

¹⁴ Al-Qur'an Surah At-Thaahaa ayat 44

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

PT. Bank Pembangunan daerah Sumatera Utara, disingkat PT. BANK SUMUT, merupakan Bank Devisa yang kantor pusatnya beralamatkan di Jalan Imam Bonjol No. 18 Medan. Bank didirikan di Medan berdasarkan Akta Notaris Rusli No. 22 Tanggal 04 November 1961 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah dan sesuai dengan Peraturan Daerah Tingkat 1 Sumatera Utara No. 5 tahun 1965 bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Pada tanggal 16 April 1999, sesuai akta Notaris Alina Hanum Nasution S.H, No 38, menyatakan bahwa bentuk usaha kembali menjadi Perseroan Terbatas. Akta pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan surat keputusan No. C-8224 HT. 01.01 TH.99 tanggal 05 Mei 1999 serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia No. 54 tanggal 06 juli 1999 tambahan No. 4042.

Modal dasar pada saat itu sebesar Rp100 juta dan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II se-Sumatera Utara. Sejalan dengan Program Rekapitalisasi, bentuk hukum BPDSU tersebut harus diubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) agar saham Pemerintah Pusat dapat masuk untuk pengembangan dan di kemudian hari saham pihak ketiga dimungkinkan dapat masuk atas

persetujuan DPRD Tingkat I Sumatera Utara, sehingga berdasarkan hal tersebut maka pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU diubah kembali menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau disingkat PT BANK SUMUT yang berkedudukan dan berkantor Pusat di Medan, Jl. Imam Bonjol No. 18, yang didirikan berdasarkan Akta No. 38 tanggal 16 April 1999 dibuat di hadapan Alina Hanum, SH, Notaris di Medan yang telah mendapat pengesahan dari Departemen Kehakiman Republik Indonesia No. C-8224 HT.01.01. TH 99 tanggal 5 Mei 1999. Pada saat itu, modal dasar ditetapkan sebesar Rp 400 miliar. Seiring dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka pada tanggal 15 Desember 1999 melalui Akta No. 31, modal dasar ditingkatkan menjadi Rp 500 miliar. Sesuai dengan Akta No. 39 tanggal 10 Juni 2008 yang dibuat dihadapan H. Marwansyah Nasution, SSH, Notaris di Medan berkaitan dengan Akta Penegasan No. 05 tanggal 10 November 2008 yang telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-AH. 01-87927.AH.01.02 tahun 2008 tanggal 20 November 2008 yang diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 10 tanggal 3 Februari 2009, maka modal dasar ditambah dari Rp 500 miliar menjadi Rp 1 triliun. Anggaran Dasar terakhir, sesuai dengan Akta No. 12, tanggal 18 Mei 2011 dari Notaris Afrizal Arsad Hakim, S.H., mengenai Pernyataan Keputusan Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. Perubahan anggaran dasar ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-

33566.AHU.01.02 Tahun 2011 tanggal 5 juli 2011, dimana modal dasar mengalami perubahan dari Rp 1 triliun menjadi Rp 2 triliun.

Anggaran di Bank telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan Akta No.57 tanggal 25 Januari tahun 2017 yang dibuat dihadapan Risna Rahmi Arifa,SH Notaris di Medan yang pelapornya telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan surat No. AHU-AH.01.03.00663671 tanggal 13 Februari 2017.

B. Visi dan Misi Bank Sumut

a. Visi

Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

b. Misi

Mengelola dana pemerintahan dan masyarakat secara profesional.

c. Statement Budaya Kerja Bank Sumut

Statement budaya perusahaan atau yang sering dikenal dengan nama motto dari PT Bank SUMUT adalah memberikan pelayanan terbaik.

Adapun penjabaran dari kata terbaik adalah sebagai berikut:

III.I Tabel Nilai-Nilai Dasar Budaya

NILAI-NILAI DASAR BUDAYA	PERILAKU UTAMA
Terpercaya	a. Bersikap jujur ,handal, dan dapat dipercaya b. Memiliki karakter dan etika yang baik
Enerjik	a. Bersemangat tinggi, disiplin, selalu berpenampilan rapi dan menarik b. Berfikir positif, kreatif dan inovatif untuk kepuasan nasabah
Ramah	a. Bertingakalah laku sopan dan santun b. Senantiasa siap membantu dan melayani nasabah
Bersahabat	a. Memperhatikan dan menjaga hubungan dengan nasabah b. Memberikan solusi yang menguntungkan
Aman	a. Menjaga rahasia perusahaan dan nasabah sesuai ketentuan b. Menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam bertransaksi
Integritastinggi	a. Bertaqwa kepadaTuhanYang Maha Esadan menjalankan ajaran agama b. Berakhlak mulia, jujur, menjunjung kode etik profesi dan memiliki visi untuk maju
Komitmen	a. Senantiasa menepati janji yang telah diucapkan. b. Bertanggung jawab atas seluruh tugas, pekerjaan dan tindakan

C. Fungsi Bank Sumut

Sebagai alat kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan PT. Bank SUMUT berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan didaerah,

bertindak sebagai pemegang kas daerah yang melaksanakan penyimpanan uang kas daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum seperti dimaksudkan pada Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998.

D. Unit Usaha Syari'ah di Bank Sumut

Gagasan dan wacana untuk menjadikan unit atau divisi usaha syari'ah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder Bank Sumut, khususnya Direksi dan komisaris sejak dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga bank adalah haram sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi kesempatan bagi bank konvensional untuk membuka Unit Usaha Syari'ah (UUS).

Selain itu, karena kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius khususnya umat islam yang semakin sadar akan menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam ekonomi(*muamalah*). Atas dasar hal tersebut dan komitmen Bank SUMUT terhadap pengembangan layanan syari'ah maka dibentuk satu Divisi yaitu Divisi Usaha Syari'ah (DUSY) pada tanggal 4 November 2004 Bank Sumut pertama kali membuka Unit Usaha Syari'ah dengan 2 Kantor Cabang Syari'ah, yaitu Kantor Cabang Syari'ah Medan dan Kantor Cabang Syari'ah Padang Sidempuan. Dan sehubungan dengan kompleksitas usaha dan struktur organisasi PT Bank Sumut Divisi Usaha Syari'ah diubah menjadi

Unit Usaha Syari'ah. Dan saat ini Unit Usaha Syari'ah telah memiliki 6 kantor Cabang Syari'ah dan 16 kantor Capem.

Adapun tempat penulis melakukan praktek kerja lapangan (magang) yaitu di Kantor Capem Syari'ah Hm. Joni Medan yang di buka pertama kali pada tahun 2011 sesuai dengan Keputusan Direksi PT Bank Sumut No. 101/Dir/DPrPP/SK/2011 tanggal 2011 dan telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia sesuai dengan surat BI No. 13/44/DPbS/Mdn tanggal 31 Maret 2011.

Dalam upaya mewujudkan visinya, Bank SUMUT telah mewujudkan komitmennya untuk mengembangkan layanan perbankan berdasarkan prinsip syari'ah. Pada tahun 2004, Bank SUMUT membuka Divisi Usaha Syari'ah yang mendapat izin dari Bank Indonesia sesuai surat BI No.6/142/DPIP/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2004 dan Divisi Usaha Syari'ah pertama kali dibentuk pada tanggal 04 November 2004, dengan dua unit kantor operasional pendukung yaitu:

- Kantor Cabang Syari'ah Medan
- Kantor Cabang Syari'ah Padang Sidempuan

Dan sehubungan dengan kompleksitas usaha dan struktur organisasi PT Bank Sumut Divisi Usaha Syari'ah diubah menjadi Unit Usaha Syariah dan sejalan dengan beriringnya waktu, sampai dengan tahun 2019 ini Bank SUMUT unit Usaha Syari'ah telah memiliki 22 kantor operasional yang terdiri dari 6 kantor Cabang dan 16 kantor Capem yang tersebar di Medan dan Kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara yaitu:

III.2 Tabel Nama Kantor Cabang Dan Alamat

No.	Nama Kantor Cabang	Alamat
I	Kantor Cabang Syariah Medan	Jl. Brigjen Katamso Komplek Centrium No.4 Kel.Kampung Aur Kec.Medan Maimun
	1. Capem Syariah Karya	Jl. Karya No.79 Kec.Medan Barat.
	2. Capem Syariah HM. Joni	Jl. HM. Joni No 28/29 Kel.Pasar Merah Kec.Medan kota.
	3. Capem Syariah Marelان Raya	Jl.Marelان Komp. Pertokoan Brayan Trade Center Jln.Veteran No.13-14 Desa Helvetia Kec. Labuhan Deli, Deli Serdang.
	4. Capem Syariah HM Yamin	Jl. Prof HM Yamin SH No. 484 Kel.Sei Kera Kec. Medan Perjuangan, Medan.
	5. Capem Syariah Kota Baru Marelان	Jl. Marelان Raya No. 285A-B kKel. Regens Pulau Kec. Medan Marelان, Medan.
II	Kantor Cabang Syariah Padang sidempuam	Jl. Merdeka No. 12 Tapanuli Selatan
	1. Capem Syariah Panyabungan	Jl.WillieM Iskandar No. 179A Kel.Sipolu-polu Kec.Panyabungan Mandailing Natal.
III	Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi	Jl. Dr Sutomo No.21 Tebing Tinggi
	1. Capem Syariah Lubuk Pakam	Jl Sutomo No.67 Deli Serdang.
	2. Capem Syariah Kisaran	Jl. Imam Bonjol No. 80 Asahan.

	3. CapemSyariah Kampung Pon	Jl. Besar Kampung Pon No. 132 Kel. Kampung PON Kec. Sei Bamban Serdang Bedagai.
IV	Kantor Cabang Syariah Sibolga	Jl. Sisingamaraja No. 56 C.Sibolga.
V	Kantor Cabang Syariah Pematang Siantar	Jl. Jendral Sudirman Blok A. No. 5-6 Kel. Proklamasi Kec.Siantar Barat Pematang Siantar.
	1. Capem Syariah Perdagangan	Jl. Kartini No. 6 Kel. Perdagangan 1 Kec. Bandar,Simalungun
	2. Capem Syariah Rantauprapat	Jl. Ahmad Yani No. 120B-C Kel. Bakaran Batu Kec. Rantau Selatan Labuhan Batu.
VI	Kantor Cabang Syariah Medan Ringroad	Jl. Ringroad/Gagak Hitam Sp.Asoka No.1-2 Kel Asam Kumbang Kec. Medan Selayang.
	1. Capem Syariah Stabat	Jl. H. Zainul Arifin No. 201 Langkat.
	2. Capem Syariah Multatuli	Jl. Multatuli Raya Blok FF No. 38 Medan.
	3. Capem Syariah Binjai	Jl. Tengku Amir Hamzah No. 4A Kel. Jati Negara Kec. Binjai Utara,Binjai.
	4. Capem Syariah Kampung Kayu Besar	Jl. Medan Tanjung Morawa KM. 14,5 No. 5-6 Desa Limau Manis Kec. Hamparan Perak,Deli Serdang.
	5. Capem Syariah Hamparan Perak.	Jl. Besar Hamparan Perak No. 43 Desa Hamparan Perak Deli Serdang.
VII	Layanan Office Chenelling	Seluruh Cabang di Unit Konvensional.

E. Makna Logo PT. Bank Sumut HM.Joni

Kata kunci dari Logo PT. Bank Sumut adalah *SINERGI* yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesionalisme dan siap memberikan pelayanan yang terbaik.



III. 1 Gambar Logo PT. Bank Sumut HM.Joni

Sumber : www.banks Sumut.com

Bentuk logo PT. Bank Sumut menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U” yang berkaitan bersinergi membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal “SUMUT”. Sebuah gambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank Sumut.

Warna orange yang ada pada logo Bank Sumut sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan enerjik yang dipadu dengan warna Biru yang sportif dan profesional, sebaagaimana misi Bank Sumut.

Warna Putih dalam logo Bank Sumut sebagai ungkapan ketulusan hati dalam melayani nasabah, sebagaimana yang ada dalam motto atau statement budaya Bank Sumut.

Jenis huruf “Palatino Bold” yang sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

F. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Sumut Capem Syari’ah Hm. Joni adalah sebuah badan usaha yang bergerak dibidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas PT. Bank Sumut Capem Syari’ah HM. Joni ini dalam kegiatan sehari-harinya dalam menghimpun dana maupun penyaluran dana masyarakat menerapkan prinsip syari’ah sesuai dengan amanah dari Undang-Undang dan dalam pelaksanaannya diawasi oleh Dewan Pengawas Syari’ah.

Dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-harinya PT. Bank Sumut Capem Syari’ah HM. JONI dapat dibagi dalam beberapa jenis kegiatan yang meliputi :

- Pelayanan dalam bentuk produk penghimpunan Dana;
- Melakukan penyaluran Pembiayaan; dan
- Jasa-jasa Bank Sumut Unit Syari’ah

Yang merupakan perwujudan dari komitmen untuk memberikan “Pelayanan Terbaik” dalam memenuhi jasa perbankan yang ditawarkan.

G. Produk-Produk Bank Sumut Syari’ah

- **Produk Penghimpunan Dana**

- Giro iB Utama Wadiah

Simpanan Giro iB Wadiah merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* (Titipan Murni). Pada produk ini nasabah menitipkan dana pada bank dan bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syari’ah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya. Adapun media untuk Giro ini adalah blanko cek dan giro.

- Giro iB Mudharabah

Produk Giro iB Mudharabah dipersiapkan untuk mengantisipasi perkembangan penggunaan produk-produk perbankan syari’ah oleh masyarakat. Selama ini produk investasi perbankan yang ditawarkan umumnya berbentuk tabungan dan deposito atas dasar akad Mudharabah (berbagi hasil) sedangkan produk giro menggunakan akad wadiah (Titipan). Adanya tuntutan masyarakat terutama pelaku bisnis akan kebutuhan sarana investasi melalui produk giro maka dipandang perlu untuk menawarkan suatu produk investasi berupa giro yang memberikan bagi hasil yang dinamakan simpanan Giro iB Mudharabah. Giro iB

Mudharabah adalah giro dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana dan media penarikan untuk Giro ini adalah blanko cek dan giro.

- Tabungan iB Martabe (Tabungan Marwah)

Tabungan Marwah merupakan tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (shahibul mal) bank dapat mengelolanya didalam operasional bank untuk mendukung sektor real dengan menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.

- Tabungan iB Martabe Bagi Hasil Mudharabah (Tabungan Marhamah)

Tabungan Marhamah merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolannya menggunakan prinsip Mudharabah Muthalaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (shahibul mal) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Atas keuntungan yang didapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati. Tabungan ini dilengkapi fasilitas ATM.

- Tabungan iB Makbul

Tabungan iB Makbul adalah produk khusus PT Bank Sumut sebagai sarana penitipan BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) penabung perorangan secara bertahap ataupun sekaligus dan tidak melakukan transaksi penarikan.

- Tabungan Sempel iB (Simpanan Pelajar)

Tabungan Sempel iB (Simpanan Pelajar) merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi para pelajar, dimana seorang pelajar dapat memiliki rekening dan buku tabungan sendiri dan pihak bank yang telah bekerjasama dengan sekolah tersebut yaitu dengan mengajukan surat permohonan pembukaan tabungan sempel iB.

- Tabungan iB Rencana

Tabungan berangka yang ditujukan untuk membantu anda memenuhi segala rencana dengan 2 pilihan jenis setoran rutin atau non rutin (bebas) yang dilengkapi dengan asuransi jiwa. Manfaatnya yaitu:

- Aman dan terjamin
- Online diseluruh outlet PBS
- Bagi Hasil yang kompetitif.
- Memungkinkan mendapatkan program-program yang menarik.
- Gratis biaya adm/bln

- Gratis premi asuransi jiwa (asuransi oleh *panin life unit syariah*)
- Deposito iB Ibadah

Prinsipnya sama dengan tabungan marhamah, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan dengan bagi hasil keuntungan yang telah disepakati bersama. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

- **Produk Penyaluran Dana**

1. Pembiayaan iB Serbaguna

Merupakan pembiayaan dengan akad Mudharabah (jual beli) atas barang dengan harga yang disepakati di awal dimana bank menyebutkan harga pembelian dan margin yang diperoleh bank. Bank dapat mensyaratkan pembelian untuk membayar uang muka. Nasabah membayar kepada bank menurut harga yang diperjanjikan dan harga atau pembayaran ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk pembelian barang-barang konsumtif, modal kerja dan investasi.

2. Pembiayaan iB Modal Kerja

Merupakan penanaman dana dari pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal terhadap suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah ditentukan atau disepakati antara nasabah dan bank. Kerugian ditanggung oleh pihak

pemilik dana/modal berdasarkan bagian dana/modal masing-masing. Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam akad. Pembiayaan iB Modal Kerja adalah pembiayaan yang dikhususkan untuk pembiayaan Modal Kerja usaha untuk usaha Mikro, Kecil, Menengah atau sektor Komersil/Korporasi. Akad yang dipergunakan adalah akad Mudharabah atau akad Musyarakah.

3. Pinjaman dengan Gadai Emas

Pembiayaan ini adalah pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicil dengan jangka waktu tertentu. Pembiayaan Rahn dengan gadai emas adalah fasilitas pinjaman dana tanpa imbalan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah dengan jaminan berupa emas yang berprinsip gadai syari'ah. Atas emas yang digadaikan bank dengan biaya sewa Rp. 5.500/gram/bulan.

4. KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah

Kredit Pemilikan Rumah ini (KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah) merupakan pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah baik berupa rumah tinggal yang dijual melalui Pengembang atau bukan pengembang di lokasi-lokasi yang telah ditentukan bank dengan sistem murabahah (jual beli).

5. Pembiayaan iB Murabahah Pensiun

Pembiayaan iB Murabahah Pensiun merupakan pembiayaan dengan prinsip jual beli (murabahah) dengan tujuan investasi dan konsumsi bagi para pensiunan, dimana bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli (musytari).

- **Jasa-Jasa Bank**

1. Kiriman Uang (Transfer)

Transfer yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang ke cabang yang lain atas permintaan pihak ketiga untuk dibayarkan kepada penerima di tempat lain. Pengiriman uang menggunakan prinsip wakalah.

2. Kliring

Kliring yaitu tata cara perhitungan utang perhitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat dagang dan surat-surat berharga antar bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang itu

terselenggara dengan mudah, cepat, dan aman serta landasan syariah dengan menggunakan prinsip wakalah.

3. Bank Garansi

Bank Garansi yaitu pemberian janji bank (penjamin) kepada pihak lain (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu, dan keperluan tertentu, bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi bank kepada pihak lain tersebut, apabila nasabah tersebut

cedera janji. Bank garansi akan menggunakan prinsip kafalah. Dalam aplikasi PT Bank Sumut Unit Usaha Syariah, Bank memberikan garansi bank untuk kontraktor yaitu jaminan penawaran, penerimaan uang muka, melaksanakan pekerjaan, dan pemeliharaan.

H. Lokasi Perusahaan

a. Kantor Pusat

Kantor pusat berlokasi di jln. Imam Bonjol No 18, Medan 20152 Sumatera Utara, Fax (061) 4574153, (061) 5474152, Telp. (061) 4515100.

b. Kantor Cabang Syariah Medan

Kantor Cabang Syariah Medan berlokasi di Jln. Brigjend Katamso Kompleks Centrium No. 4, Telp (061) 4529262 dan no Fax (061) 4526629.

c. Kantor Capem Syariah Hm. Joni Medan

PT. Bank Sumut Capem Syariah Hm. Joni Medan berdiri pada tanggal 18 juli 2011 Beralamat di Jln. Hm. Joni No. 28/29 Medan.

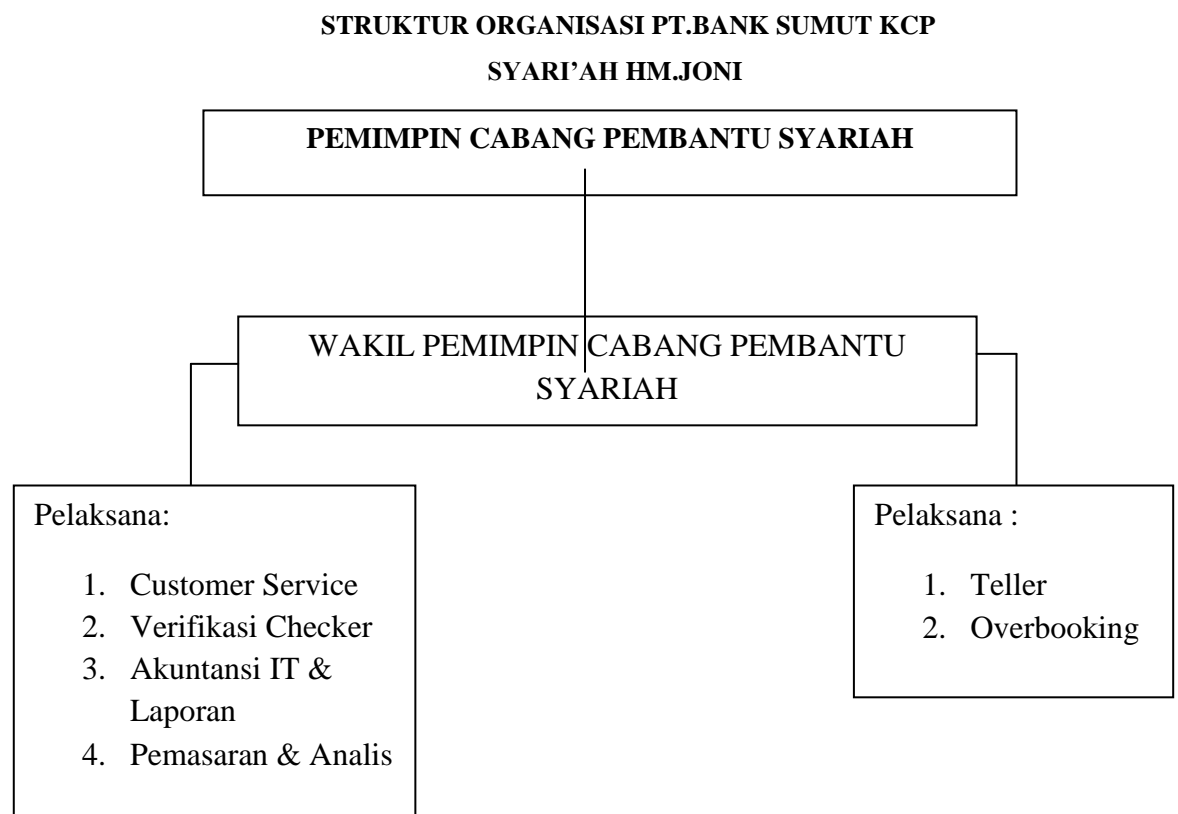
I. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran produk-produk Bank Sumut KCP Syariah Hm. Joni Medan meliputi Wilayah Medan dan sekitarnya.

J. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah bagaimana mengelompokkan atau pembagian tugas perusahaan. Di bawah ini merupakan struktur organisasi dari PT. Bank Sumut Capem Syariah Hm. Joni Medan.

Pembentukan struktur organisasi perusahaan harus dibuat dengan bagan yang jelas, dan hal ini dimaksudkan agar pemimpin perusahaan dapat mengetahui siapa saja yang akan melaksanakan pekerjaan dan tanggung jawab serta wewenang yang ada pada struktur organisasi pada perusahaan tersebut.



III. 2 Gambar Struktur Organisasi PT.Bank SUMUT KCP Syaria HM.JONI

K. Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab

1. Pemimpin

Tugas Pemimpin adalah :

- a. Mengajukan rencana anggaran investasi inventaris Kantor Cabang Pembantu Syariah untuk dituangkan kedalam rencana kerja anggaran tahunan bank.
- b. Memimpin, mengkoordinir, membimbing, mengawasi dan mengendalikan serta mengevaluasi.
- c. Memimpin, mengawasi jalannya kegiatan serta melakukan penilaian terhadap penilaian pejabat dan karyawan di lingkungan kantor cabang.
- d. Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku
- e. Mengelola dana Pemerintah Daerah untuk Kantor Cabang Pembantu syariah yang ada rekening kas daerah dan menjaga agar tidak beralih ke bank lain.
- f. Memantau dan memastikan serta melaporkan setiap transaksi yang yang dikategorikan transaksi keuangan tunai, (*cash transaction*) dan transaksi keuangan yang mencurigakan.

2. Wakil Pemimpin Capem

Tugas Wakil Pemimpin Capem adalah :

- a. Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemimpin capem
- b. Mensupervisi unit kerja di kantor capem yang dibawahnya
- c. Membantu memimpin cabang dalam membina dan mengawasi seluruh pekerjaan staff dan karyawan di lingkungan Kantor Capem
- d. Membantu pemimpin cabang dalam menegvaluasi dan meningkatkan performance Kantor Capem
- e. Melakukan upaya peningkatan pelayanan kepada nasabah
- f. Mengkordinir penyusunan usulan rencana kerja dan unit kerja yang dibawahnya
- g. Melakukan upaya peningkatan pelayanan kepada nasabah
- h. Mengkordinir dan memeriksa pembuatan laporan-laporan, analisis serta memberikan saran antisipasi untuk tindak lanjutan
- i. Memeriksa memilih bilyet deposito/serifikat deposito serta surat berharga sesuai ketentuan yang berlaku
- j. Memeriksa kebenaran lampiran neraca dan saldo rekening
- k. Bertanggung jawab atas keamanan, penggunaan transaksi melalui aplikasin OLIB'S di lingkungan unitnya
- l. Pengawasan penggunaan seluruh harta benda yang berada dilingkungan Kantor Capem
- m. Sebagai salah satu anggota/ketua komite pemutusan kredit kantor capem sesuai dengan batasan.

3. Back Office

- **Account Officer**

Tugas Account Officer adalah :

- a. Menghimpun portofolio unit sebanyak-banyaknya dengan kualitas pembiayaan yang baik
- b. Menjaga yield unit dengan menjual margin yang baik sesuai dengan wewenang yang ada sesuai kebutuhan unit
- c. Menjalankan sales proses dengan baik, disiplin dan benar sehingga pembiayaan bisa tumbuh secara berkesinambungan

- **Admin IT/Laporan**

- a. Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan (kredit) dari unit/bagian yang berada dibawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank syariah
- b. Melakukan monitoring, evaluasi, review dan supervisi terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi bidang pemasaran (pembiayaan) pada unit/bagian yang ada dibawah supervisinya.
- c. Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan pembiayaan

- d. Melakukan monitoring, evaluasi, review terhadap kualitas portofolio pembiayaan (kredit) yang telah diberikan dalam rangka pengaman atas setiap pembiayaan (kredit) yang telah diberikan
- e. Aktif menyampaikan pendapat, saran dan opini kepada direksi bagaimana masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang marketing dan pembiayaan
- f. Melayani, menerima tamu (calon nasabah atau nasabah) secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan.
- g. Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antar intern unit kerja yang ada dibawah serta lingkungan perusahaan
- h. Menyusun strategi planning dan selaku marketing/sosialisasi nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumber dana maupun alokasi pemberian pembiayaan secara efektif dan terarah
- i. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.

4. Front Office

- **Customer Service**

Tugas Customer Service adalah :

- a. Melayani nasabah dalam aplikasi pembukuan dan penutupan (tabungan, giro, deposito)
- b. Memelihara persediaan dan kelengkapan aplikasi setoran, transfer dan aplikasi lainnya di counter

- c. Melayani dan menyelesaikan keluhan nasabah dengan segera dan benar
- d. Mengisi, memeriksa, melengkapi dan menyusun berkas pembukuan dan penutupan nasabah
- e. Bertanggung jawab terhadap *Current File* nasabah (giro, deposito, tabungan)
- f. Melayani setoran BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji).

- **Teller**

Tugas Teller adalah :

- a. Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi
- b. Menghitung uang, mengecek keaslian uang, memeriksa uang, memeriksa ulang kebenaran pengisian slip/warkat, hingga mencetak saldo akhir dalam buku tabungan
- c. Melakukan pembayaran dan penerimaan SOP
- d. Pembayaran biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank
- e. Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dengan melakukan pencocokan (verifikasi) saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.

5. TKAD

- **Clearek/Basis**

Adapun Tugas Clearek/Basis adalah :

- a. Mengadministrasikan, menyusun, menjilid nota atau voucher, surat masuk dan surat keluar.
- b. Pengantar surat atau barang.
- c. Membantu back office dalam hal administrasi dan surat-surat keluar.
- d. Membantu back office dalam hal pengelolaan BBC (Bahan Baku Cetak) dan ATK (Alat Tulis Kantor).
- e. Mengambil ATM dan surat Pin ATM ke akntor Cabang Utama.
- f. Mengambil surat Devisi Unit Usaha Syariah (DUUSy) ke kantor Cabang Syariah Medan.
- g. Mengambil surat polis aksrida ke kantor Cabang Syariah Medan.

- **Driver**

Adapun tugas Driver adalah :

- a. Melayani dan mengantar keperluan dinas pimpinan karyawan/ti Bank SUMUT Capem HM.Joni keluar kantor.
- b. Melaporkan kepada kegiatan terkait, jika kondisi mengharuskan untuk dilakukan services pemeliharaan kendaraan.
- c. Memelihara dan menjaga kebersihan kendaraan setiap saat terutama pada pagi/sore hari.
- d. Harus selalu menjaga rahasia serta nama baik perusahaan baik dari sisi syariah ataupun hal-hal umum, baik dalam tata krama , bertingkah laku ataupun tindakan baik didalam maupun diluar kota.

- e. Check-up mesin maupun bagian kantor lain dari kendaraan kantor yang menjadi tanggung jawabnya secara berkala.
- f. Melaporkan biaya pemakaian BBM kepada supervisor atau manajer operasional.
- g. Melakukan tugas-tugas lain sesuai petunjuk dari pimpinan.

- **Secruity**

Adapun tugas Secruity adalah :

- a. Tugas harian security adalah menempati pos yang telah ditentukan bagian dari tugas utama menjaga keamanan, mengamankan seluruh aset perusahaan(gedung, kendraan, aktiva tetap, inventaris, dan lainnya), mengamankan dan menjaga keselamatan karyawan/ti di dalam kantor, melakukan pengawalan pembawaan uang tunai keluar kantor Bank SUMUT Syariah HM.Joni, mengawal pembukaan ruang khasanah dipagi hari dan penutupan ruang khasanah di akhir hari kerja, mengobrol dan mencatat keluar masuk invertaris setiap hari, menjaga nama baik, baik perusahaan baik sisi Syariah dan hal-hal umum lainnya, baik didalam maupun diluar kantor, menjaga kekompakan antara security khususnya sesama karyawan umumnya, melaporkan setiap masalah yang terjadi pada manajer operasional atau pimpinan cabang, dan melaksanakan tugas-tugas lainnya.
- b. Tugas tambahan seorang security adalah mengatur parkir kendaraan nasabah atau tamu, aktif mengarahkan nasabah ataupun

tamu yang datang, mengingatkan petugas cleaning service secara langsung dalam hal kebersihan kantor, aktif menjaga ketertiban dan keamanan terutama di area *banking hall* dan area lainnya, memanaskan mesin genset sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan , melaporkan kondisi ATM yang bermasalah ke *customer service* atau wakil pimpinan untuk segera dilaporkan.

- **Office Boy**

Adapun tugas Office Boy adalah :

- a. Menjaga kebersihan ruangan kantor.
- b. Membantu tugas-tugas back office dan front office.
- c. Melaksanakan tugas-tugas lain sesuai petunjuk dari pemimpin.¹⁸

¹⁵ <http://www.banksumut.com>(23 Februari 2019).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Mekanisme Pemasaran Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 9 April 2019 dengan Bapak Ahmad Syukri selaku pimpinan dan kak Sukma Wulan dari selaku *customer service* PT. Bank Sumut Syariah HM. Joni tentang mekanisme pemasaran produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil.¹⁶

“Dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil pandangan yang penulis gunakan secara umum masih sama dengan pandangan yang bank lain gunakan. Penulis lebih menguatkan pandangan dalam hal promosi. Misal, dari Bank Sumut Syariah sendiri melakukan promosi. Dan terdapat juga brosur-brosur yang kami letakkan di meja slip nasabah, meja *customer service* dan teller. Selain itu penulis juga melakukan penawaran dan mempromosikan produk Bank Sumut Syariah salah satunya produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil ini. Tabungan iB Martabe Bagi Hasil diciptakan untuk memudahkan masyarakat. Selain itu, tabungan iB Martabe Bagi Hasil juga memiliki setoran yang ringan hanya dengan saldo awal Rp. 50.000 dan biaya administrasi kecil. Kemudian strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil ini adalah dengan cara mengikuti event-event yang berhubungan dengan perbankan, mencari referensi dari teman ke teman, dimana para karyawan Bank Sumut maupun nasabah Bank Sumut dapat memberikan informasi kepada teman atau kolega maupun rekan bisnisnya bahwa di bank Sumut syariah ada yang dinamakan tabungan iB Martabe Bagi Hasil yang dikelola secara syariah, ataupun menawarkan kepada nasabah yang berkunjung langsung ke bank Sumut syariah ini adalah salah satu cara yang efektif. Adapun Pelaksanaan Pemasaran Tabungan iB Martabe Bagi Hasil yang dilakukan yaitu bersosialisai ke beberapa sekolah, Berhubung di Bank Sumut Syariah HM. Joni tidak ada *Funding Officer* yang khusus memasarkan produk-produk yang ada di Bank maka tugas *funding Officer* itu dialihkan kepada bagian *customer service* dan TKAD. Sebelum bagian *customer service* dan TKAD pergi melakukan sosialisai, sebelumnya pimpinan setiap Briefing pagi selalu menjelaskan beberapa target yang sudah dicapai dan menyampaikan target yang harus dicapai, selanjutnya mengatur karyawannya

untuk segerah menyebarkan informasi tentang adanya promosi penjualan yaitu dengan melihat kecilnya biaya administrasi dalam menggunakan produk iB Martabe Bagi Hasil dan adanya informasi bagi hasil yang cukup tinggi. Dalam melakukan promosi produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil marketing atau sales menerapkan beberapa promosi penjualan pribadi yaitu mereka dengan bersosialisasi ke beberapa sekolah, berkeliling mulai dari pintu ke pintu, dan mengikuti event-event yang berhubungan dengan perbankan untuk menyebarkan informasi produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil. Mereka juga akan memfasilitasi bagi calon nasabah dengan menerapkan melalui jemput bola ketika akan menabung atau melakukan penarikan sehingga nantinya nasabah akan merasa nyaman. Selain itu, para karyawan juga menyebarkan informasi produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil melalui periklanan dengan website ataupun median cetak seperti brosur, koran dan lainnya tentang produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil tersebut. Selain itu *customer service* atau TKAD juga menyiapkan blanko bagi nasabah yang akan menabung produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil.

2. Kendala yang Dihadapi Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dalam Memasarkan Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis di PT. Bank Sumut Syari'ah HM. Joni ada beberapa kendala yang dihadapi perusahaan dalam memasarkan produk Bank. Namun kak Sukma WulanDari selaku *customer service* mengatakan:

“Sebenarnya tidak begitu banyak kendala yang dihadapi dalam lapangan ataupun memasarkan, tetapi tidak bisa dipungkiri pasti ada.”

“Ada beberapa kendala yang penulis temukan saat melakukan praktek kerja lapangan, yaitu tidak adanya *funding Officer* yang melakukan pemasaran produk-produk yang ada di Bank, maka bagian pemasaran dialihkan kepada bagian *Customer Service* dan TKAD, berhubung *Customer Service* dan TKAD memiliki tugas nya masing-masing maka pemasaran yang dilakukan hanya sebentar seperti bersosialisasi ke sekolah mulai dari jam 09:00 sampai dengan 12:00. Sehingga kurangnya mejalin komunikasi kepada konsumen dan itu membuat banyak nasabah yang tidak tau tentang produk-produk apa saja yang ada diBank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni yang padahal banyak produk-produk yang disediakan Bank sesuai kebutuhan masyarakat. Selain itu

Permasalahan fasilitas yang disediakan belum begitu lengkap yaitu tidak adanya sms-Bankin dan Mobile Banking yang belum update dan masih rendah dibandingkan Bank lainnya”.

B. Pembahasan

1. Mekanisme Pemasaran Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

Dalam proses pemasaran tabungan iB Martabe Bagi Hasil, tentu saja pelaksanaan terdapat pemasaran. Pelaksanaan adalah suatu proses rangkaian kegiatan tindakan lanjut setelah program atau kebijakan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional.

Pelaksana marketing pada bank sumut syariah dicakup dalam bagian pemasaran. Hal ini sesuai dengan fungsi bagian pemasaran, yaitu sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing . Disamping itu berfungsi juga sebagai supervisi dan pekerjaan lain sesuai dengan ketentuan/policy manajemen.

Paling sedikit ada lima petugas yang menjalankan aktivitas pada bank sumut syariah, mulai dari petugas yang menawarkan produk bank sumut syariah sampai pada petugas yang melakukan penanganan tabungan iB Martabe Bagi Hasil. Adapun tugas pokok bidang pemasaran adalah berkaitan dengan tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dari unit/bagian yang berada dibawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank sumut syariah.
- b. Melakukan monitoring, evaluasi, review dan supervisi terhadap pelaksanaan tugas dan pada unit/bagian yang ada dibawah supervisinya.
- c. Aktif menyampaikan pendapat, saran dan opini kepada direksi mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang maketing
- d. Melayani, menerima tamu (calon nasabah atau nasabah) secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan.
- e. Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antar intern unit kerja yang ada dibawah serta lingkungan perusahaan.
- f. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.

Pejabat bank harus kredibel dan profesional. Kredibilitas ialah suatu nilai yang berwujud rasa percaya orang atau pihak lain terhadap seseorang atau sebuah lembaga. kredibilitas sebuah bank syariah berarti kepercayaan masyarakat kepada lembaga itu berkenaan dengan dana titipan yang mereka amanatkan dan dana pinjaman yang mereka manfaatkan. Kredibilitas bank syariah meliputi antara lain unsur-unsur :

1. Kejujuran dalam bertransaksi dengan nasabah.
2. Kesiediaan untuk berposisi “sama menang” (win-win) dengan nasabah.
3. Ketaatan dalam mematuhi atau memenuhi aspek-aspek legal yang berlaku.
4. Keterbukaan dalam menginformasikan kedudukan/perkembangan lembaga.
5. Kearifan dalam menangani atau menyelesaikan masalah-masalah khusus.
6. Kesehatan struktur permodalan lembaga tersebut, dan
7. Perkembangan kinerja bisnis/usahanya

Kredibilitas bukanlah sesuatu yang sekedar bersifat fenomenal, yakni cukup tercermin melalui nama-nama besar tokoh yang menangani dan memiliki serta menjalankan sebuah lembaga keuangan. Juga bukan sesuatu yang hanya bersifat konseptual, yakni tersirat dari dokumen-dokumen diatas kertas (visi, misi, tujuan, program, serta AD/ART).

Profesional ialah suatu nilai praktis berwujud keandalan dalam mengelola sebuah organisasi dan kecekatan dalam menjalankan kegiatan. Lembaga keuangan yang profesional berarti organisasi kelembagaannya terkelola dengan baik pula.

Profesionalitas tidak cukup diukur atau dilihat hanya berdasarkan penampilan atau keterampilan fisik seperti bangunan yang mewah, peralatan

canggih, atau kalangan pemimpin/manager yang berjas dan karyawan-karyawan berdasi serta karyawati-karyawati yang ber-blazer. Tampilan-tampilan fisik demikian seringkali justru menyesatkan. Profesional lebih tercipta oleh/dan tercermin melalui kinerja nyata dari kegiatan usaha yang dijalankan

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa bank syariah harus dikembangkan berdasarkan nilai-nilai syariah dan professional, maka sumber daya yang mengembangkannya harus dapat menunjukkan nilai-nilai tersebut dalam aktifitas manajerialnya. Jika hal tersebut dapat dilakukan maka dapat mewujudkan manajemen ihsan. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi agar suatu manajemen masuk dalam kategori ihsan, yaitu :

1. Sederhana dalam aturan agar tercipta kemudahan.
2. Ketepatan dalam pelaksanaan, sehingga memudahkan orang yang membutuhkan.
3. Ditangani oleh orang yang professional.

Dengan demikian, dapat dilakukan bahwa profesional merupakan kunci utama dalam pengelolaan lembaga keuangan syariah. Apabila semua kriteria tersebut dipenuhi, insya Allah setiap permasalahan yang terjadi ditengah-tengah masyarakat akan dapat diselesaikan dengan mudah, dan tepat.

Adapun pelaksanaan yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dalam pelaksanaan Pembukaan tabungan iB Martabe Bagi Hasil ini adalah sebagai berikut:

Syarat-syarat dan ketentuan:

- a) Fotocopy identitas diri berlaku berupa KTP/SIM/Pasport/KITAS/KIMS
- b) Mengisi dan menandatangani formulis pembukaan rekening
- c) Setoran awal :Rp. 50.000
- d) Saldo minimal rekening :Rp. 50.000

Biaya Adiministrasi :

- a) Pembukaan rekening gratis (tidak ada biaya)
- b) Biaya penutupan rekening sebesar Rp. 10.000
- c) Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak sebesar Rp.10.000

Adapun prinsip yang di gunakan dalam tabungan iB Martabe Bagi Hasil ini adalah akad *Mudharabah Mutlaqah*, dimana pemilik dananya memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya.

2. Kendala yang Dihadapi Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dalam Memasarkan Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

Perkembangan PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dalam memasarkan produk sampai saat ini masih berkembang dengan baik. Namun ada beberapa kendala yang penulis temukan saat melakukan praktek kerja lapangan, yaitu tidak adanya *funding Officer* yang melakukan pemasaran produk-produk yang ada di Bank.

Pemasaran merupakan aspek penting sebuah perusahaan agar dapat meningkatkan tingkat perolehan yang telah diperoleh sekarang. Maka harus diperlukan SDM yang benar-benar sudah ahli dalam *marketing* (pemasaran), Adapun tugas dari bidang pemasaran adalah berkaitan dengan tugas-tugas sebagai berikut:

- a) melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dari unit/bagian yang berada dibawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank sumut syari'ah.
- b) melakukan monitoring, evaluasi, review dan supervise terhadap pelaksanaan tugas dan pada unit/bagian yang ada dibawah supervisinya.
- c) aktif menyampaikan pendapat, saran dan opini kepada direksi mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang *marketing*.

- d) melayani, menerima tamu (calon nasabah atau nasabah) secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan.
- e) memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antar intern unit kerja yang ada dibawah serta lingkungan perusahaan.
- f) berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.

harapan penulis kedepannya semoga Bank Sumut Kcp Syaria'ah HM. Joni mengadakan *funding Officer* supaya tidak Kurangnya sosialisasi dan edukasi yang membuat pemahaman masyarakat akan produk-produk bank sumut syariah menjadi baur. Sehingga pengetahuan masyarakat akan bank sumut syariah secara keseluruhan bahkan tidak sama sekali jadi mengurangi minat masyarakat menggunakan produk-produk bank sumut syariah. Selain itu Permasalahan fasilitas yang disediakan belum begitu lengkap yaitu tidak adanya sms-Bankin dan Mobile Banking yang belum update dan masih rendah dibandingkan Bank lainnya.

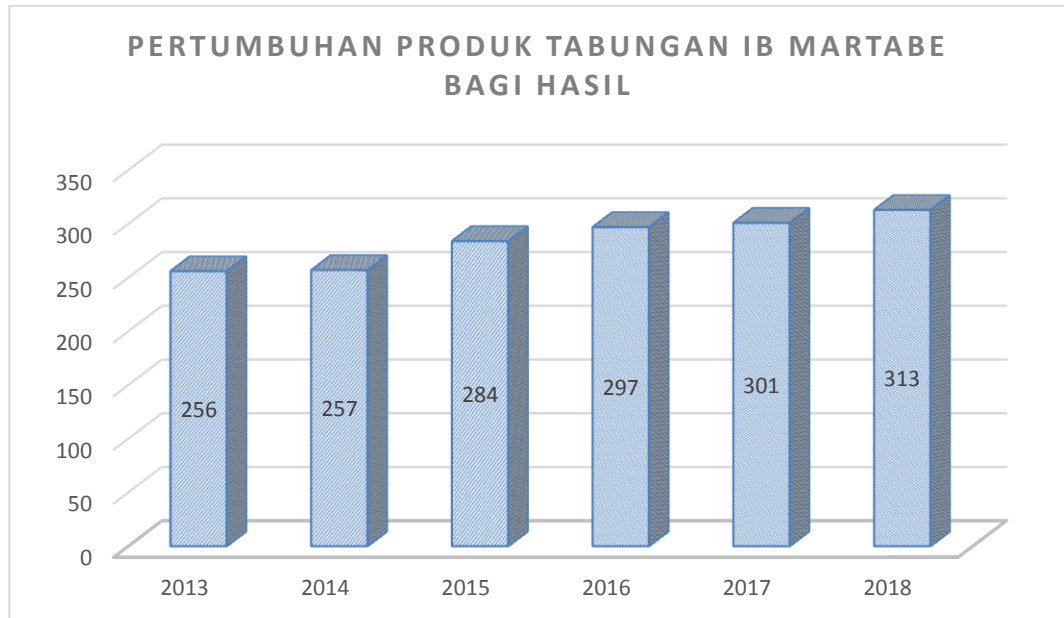
Produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil juga termasuk produk yang baru dikeluarkan oleh PT. Bank Sumut Kcp Syariah HM. Joni. Namun dalam perkembangan nasabah Tabungan iBMartabe Bagi Hasil semakin meningkat pertahun. Selanjutnya dapat penulis kemukakan analisis terhadap pelaksanaan pada PT. Bank Sumut Kcp Syariah HM. Joni. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada PT. Bank Sumut Kcp SyariahHM. Joni terhadap

pelaksanaan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil semakin meningkat pertahunnya.

1V.1 Tabel Pertumbuhan Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

Tahun	Jumlah Nasabah
2013	256
2014	257
2015	284
2016	297
2017	301
2018	313

Pada tahun 2011 bank sumut syariah membuka cabang yang bertepatan di jalan HM. Joni. Bank Sumut Kcp Syariah HM. Joni membuka produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil. Sepanjang tahun 2013 sampai 2014 semakin meningkat jumlah nasabah dari 256 menjadi 257 dan pada tahun 2015 meningkat menjadi 284 jumlah nasabah, dan pada tahun 2016 meningkat lagi menjadi 297. Semakin bertambahnya tahun semakin bertambah jumlah nasabah dari 301 sampai 313 jumlah nasabah.



1V.1 Gambar Pertumbuhan Produk Tabungan iB Martabe Bagi Hasil

¹⁶ Ahmad Syukri, Wulan, *Pimpinan dan customer service*, wawancara pribadi, 9 April 2019.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemasaran menjadi aspek penting bagi lembaga keuangan syariah agar dapat meningkatkan tingkat perolehan yang ada sekarang. Mekanisme pemasaran sendiri adalah kegiatan menyelesaikan dan penjelasan satu atau beberapa target pasar dan mengembangkan serta memelihara suatu bauran pemasaran yang akan menghasilkan kepuasan bersama dengan pasar yang setuju. Mekanisme pemasaran mencakup dalam memilih pasar sasaran, bauran pemasaran, serta menentukan strategi pemilihan media.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta hasil yang diperoleh seperti yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Mekanisme pemasaran pada produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil

“Dalam memasarkan produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil pandangan yang penulis gunakan secara umum masih sama dengan pandangan yang bank lain gunakan. Penulis lebih menguatkan pandangan dalam hal promosi. Misal, dari Bank Sumut Syariah sendiri melakukan promosi. Dan terdapat juga brosur-brosur yang kami letakkan di meja slip nasabah, meja *customer servis* dan teller. Selain itu penulis juga melakukan penawaran dan mempromosikan produk Bank Sumut Syariah salah satunya produk tabungan iB Martabe Bagi Hasil ini”.

2. Strategi yang dilakukan PT. Bank Sumut Kcp Syari'ah HM. Joni dalam pemasaranyaitu :

1. Menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dari swasta (bersosialisai kebeberapa sekolah)
2. Mengikuti event yang berkaitan dengan perbankan (produk yang ditawarkan)
3. Dengan cara *Door to Door* atau *Face to Face*.

Ini dilakukan bertujuan untuk mengenalkan atau mempromosikan produk-produk perusahaan Bank Sumut Syari'ah agar banyak konsumen yang berminat untuk menggunakan produk yang mereka tawarkan, cara yang dilakukan yaitu dengan membagikan brosur. Peran promosi ini dilakukan untuk berkomunikasi dan memengaruhi calon konsumen agar dapat menerima produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

B. Saran

Dengan berkembangnya system perbankan di Indonesia dan beragamnya kemudahan transaksi yang telah disediakan oleh bank tersebut, kita harus bisa memanfaatkannya dengan bijak. Misalnya kita bisa menggunakan produk pengimpunan dana yang ada seperti tabungan, dengan adanya tabungan tersebut kita bisa menabung untuk masa depan kita. Selain itu tabungan yang ada sangat membantu kita sesuai dengan kebutuhan yang kita perlukan sewaktu-waktu.

Selain itu, kesadaran akan syari'ah islam haruslah kita tingkatkan, dengan adanya system pada perbankan syari'ah kita bisa melakukan transaksi takut akan riba.

Bagi masyarakat atau nasabah Bank Sumut Syari'ah yang belum terdaftar untuk membuka tabungan penulis menyarankan agar untuk segera mendaftar, karena dengan adanya tabungan ini sangat memudahkan nasabah dalam menitipkan uangnya.

Bagi perusahaan, tetaplah memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, meluaskan promosi agar seluruh masyarakat mengetahui produk yang ada pada bank tersebut terutama pada produk Penghimpunan Dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, *strategi komunikasi sebuah pengantar ringkas*, Bandung : Armico, 1984.
- Astuti, Wijinur, *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta : Graha Ilmuha, 2011.
- Hasibuan, Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.
- Sinungan, Muchdarsyah, *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta : Andi, 2011.
- Soemitra, Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Kencana, 2010.
- Khotibul dan Utomo Budi, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada 2017.
- Purnomo, Hari dan Zulkifrimansyah, *Manajemen Strategi: sebuah konsep pengantar*. Jakarta : Balai Pustaka, 2005.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* Jakarta : 2005.
- Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Surabaya : Graha Ilmu, 2009.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2010.
- Al-Qur'an Surah Asyuaraa Ayat 181
- Al-Qur'an Surah At-Thaahaa ayat 44
- Khotibul dan Utomo Budi, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada 2017.
- Wulan Dari, Sukma, *Customer Service*, wawancara pribadi, 23 maret 2019.
- Syafi'i, Ahmad, *Pemasaran & Analisis*, wawancara pribadi, 23 maret 2019.
- Syukri, Ahmad. *Pimpinan*, Wawancara Pribadi. 9 april 2019.
- <http://www.banksumut.com> 2019.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pangkalan Lunang pada tanggal 19 Juni 1998, Putri dari pasangan suami-istri, Bapak Watiman dan Ibu Samiyem.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Swasta Budi Mulia Pangkalan Lunang, Kec. Kualuh Leidong Labuhan Batu Utara Pada Tahun 2011, Tingkat SMP di SMP Negeri 2 Kualuh Leidong, Labuhan Batu Utara Pada Tahun 2014, dan tingkat SMA di SMA Negeri 1 Kualuh Leidong, Labuhan Batu Utara Pada Tahun 2016, Kemudian melanjutkan Kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara Medan Mulai 2016.

Selama masa perkuliahan Penulis aktif dalam kegiatan Organisasi Ekstra dan Intra Kampus yakni HMP (Himpunan Mahasiswa Prodi D3 Perbankan Syari'ah) dan HMI (Himpunan Mahasiswa Islam).